



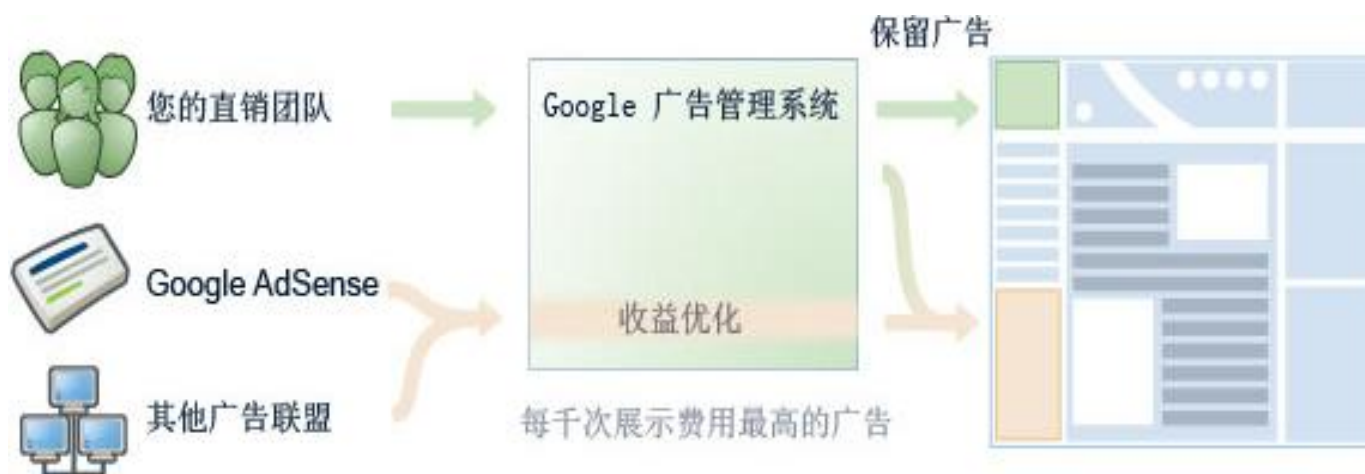
Google 广告管理系统

管理与销售您网站的广告资源

什么是 Google 广告管理系统？

管理您直接销售和基于网络的所有广告资源

Google 广告管理系统是一种托管型广告管理解决方案，可以帮助您销售、计划、投放并衡量所有您网站上直接销售和基于广告联盟的广告资源。



Google 广告管理系统提供了：

- 简单易用的用户界面：帮助您提高员工效率和生产力
- 简化的标记功能：只需一次性上传广告位代码，您就可以在线管理您的网站的所有广告位
- 最优化的收益：通过引入广告相互竞价以及与 AdSense 广告竞价的机制，自动帮助您最大化网站广告收益
- 可靠的广告资源预测：始终使您对网站未来的广告资源了如指掌
- 更高的投资回报率：大大节约广告投放成本
- 多角色定义：通过为不同的角色定义对应的权限，系统允许不同用户进行不同层面的操作，您甚至可以邀请广告主来浏览所下订单的详细投放信息
- 精准定位：系统自带多项定位功能，如地域，语言，时间等等，从而帮助网站精准定位用户，提高网站营销价值

Google 广告管理系统适用于哪些网站主？

如果您符合以下情况，可以考虑在业务中使用 Google 广告管理系统：

- 您的网站拥有投放广告的广告资源
- 直接向广告客户销售广告，或计划未来向广告客户直接销售。
- 希望提高销售流程的效率并提高广告资源预测的准确性
- 需要持续投放可带来最大收益的广告
- 发现由于无法准确预测广告资源的可用性，总是有些广告资源未能售出

您是否担心无法将广告精准定位到用户？

多重定位选择确保广告精准推送给潜在用户

Google 广告管理系统通过提供了以下定位选项，可以帮助广告主把广告推送给他们的潜在用户：

- **基本定位**：使用网站访问者的 IP 地址和浏览器设置，Google 广告管理系统能帮助您根据以下设置定位广告系列：

- 浏览器版本
- 浏览器语言
- 带宽
- 日期与时间
- 地理位置
- 操作系统
- 用户域



- **自定义定位**：使用自定义定位，即可根据自己定义的标准定位目标受众，然后以键/值对的方式在您的标记代码中传递。例如，可将 age（年龄）和 18 分别作为键和价值进行传递。gender（性别）、interests（兴趣）和 content topic（内容主题）是另外几个可定义的键的例子。



如何做到最大化您的收益？

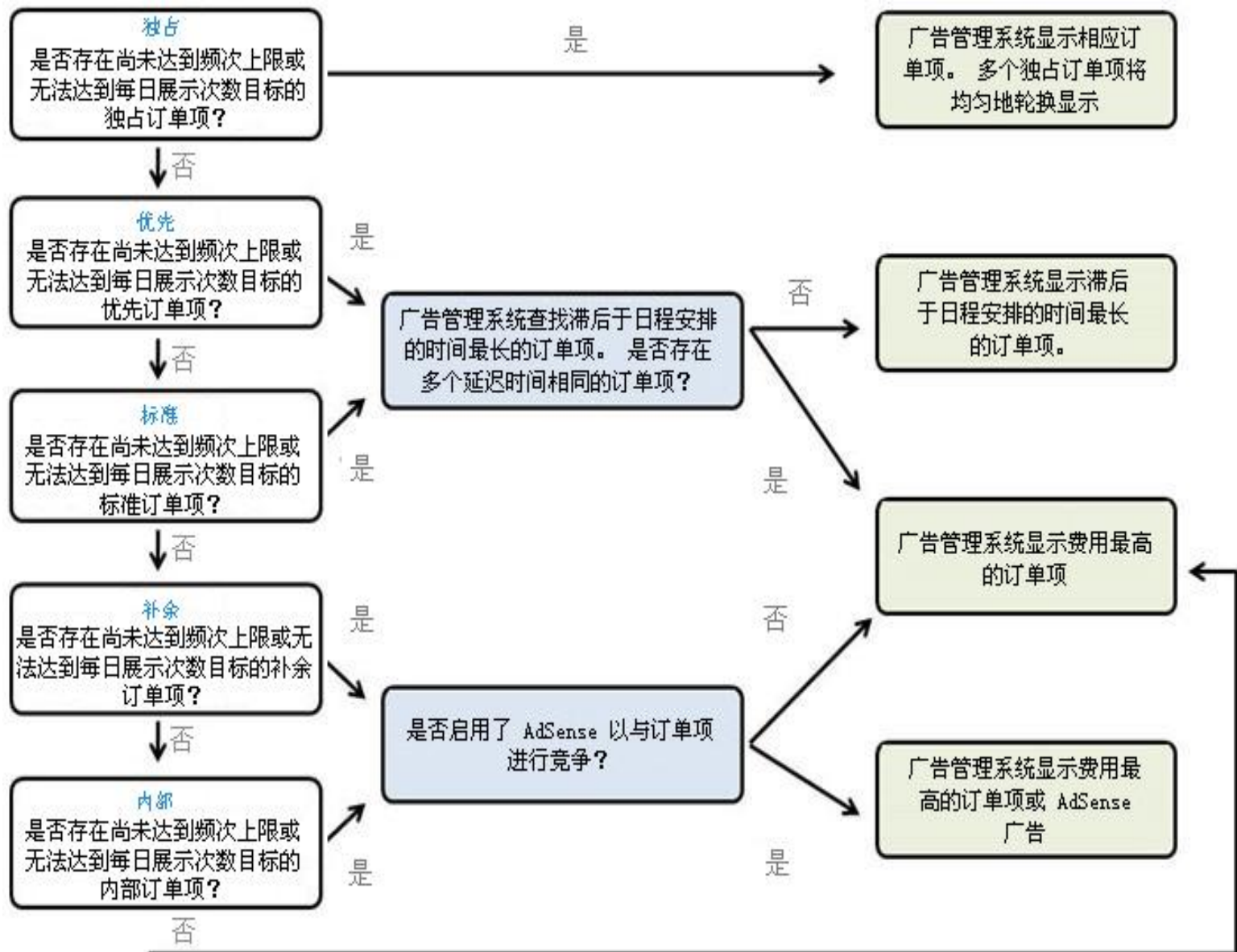
不同的广告类型拥有不同的优先级，确保收益最大化

Google 广告管理系统通过定义5种广告的类型，引入了广告竞争机制，帮助您最大化收益：

- **独占**：独占订单项的投放优先级最高，通常可产生收入。独占订单项是唯一提供每日费用 (CPD) 定价方式的投放类型，最常用于以时间为基础的广告系列（例如赞助商展示位置或固定展示位置）中。
- **优先**：优先订单项通常可产生收入，可采用每千次展示费用或每次点击费用的定价方式。
- **标准（默认设置）**：标准订单项若与优先订单项竞争同一个展示位置，后者拥有更高的优先权。而在其他所有方面，标准订单项与优先订单项具有相同的特征。
- **补余和联网补余**：补余订单项最常用于填充未售出的广告资源（如果合同没有规定所投放的展示次数必须达到要求）。
- **内部**：内部订单项通常用于对您所选产品和服务进行促销的广告。内部广告通常不会产生收入，而且在 Google 广告管理系统投放优先级选项中的投放优先级一般是最底的。

	尽快投放	与同一优先级的相竞争订单项平均轮流投放	(可选) 使用每日费用定价模式	投放决策中考虑延迟*	投放决策中考虑每千次展示费用价值	可与 AdSense 相互竞争	(可选) 支持无上限的展示次数
独占							
优先							
标准							
补余							
内部							

不同优先级广告是如何竞价的？



详尽的广告报表帮助您一手掌握广告运营情况

可生成以下各种定义的报告，使您对于系统已运行的广告订单，销售人员业绩等一目了然：

- 投放报告：

订单：显示某个订单项、日期或时间的订单活动。

广告：显示广告的活动。

- 销售报告：

广告客户：显示有关订单、订单项、日期或时间的广告客户活动。

销售人员：显示您组织内部一个或多个销售人员的活动。

- 广告资源报告：

定位标准：显示一个或多个定位标准的活动。

广告位置：显示广告位置效果，包括已投放的展示次数、展示百分比、点击次数、点击百分比、点击率、估算每千次展示费用以及每种订单项的收入。

展示位置：显示展示位置效果，包括已投放的展示次数、展示百分比、点击次数、点击百分比、点击率、估算每千次展示费用以及每种订单项的收入。

联网：显示广告联网在指定时段内的总体状态，包括已投放的展示次数、点击次数、点击率、平均每千次展示费用和收入。

The screenshot shows the Google Ad Manager interface. At the top, there is a search bar and navigation links. The main navigation bar includes '订单', '广告资源', '报告', and '系统管理员'. The '报告' (Reports) section is active, showing a '销售报告' (Sales Report) for the period '2008-8-1 - 2008-8-31'. The report title is '0 销售人员' (0 Sales Personnel). The report shows the following summary data:

展示次数	点击次数	点击率	收入	平均 eCPM
0	0	0.00%	¥0.00	¥0.00

Below the summary, there is a table with columns: '销售人员', '展示次数', '点击次数', '点击率', '收入', and '平均 eCPM'. The table is currently empty, with a message: '该报告没有任何数据。' (This report has no data). At the bottom, there are navigation controls including '转到', '开始', '显示行: 10', and '0 - 0 项 (共 0 项) 销售人员'.

多角色定义可以明确团队人员的分工，使整个流程清晰高效

在 Google 广告管理系统可为用户指定不同的角色，不同的角色有不同的操作权限：

在 Google 广告管理系统可为用户指定不同的角色，从而明确团队人员的分工，使整个流程更加清晰和高效：

- **销售人员：**销售人员创建和管理用来销售广告资源的订单

- **销售经理：**销售经理拥有销售人员的全部访问权限。除此之外，销售经理还可以修改订单、批准订单、取消订单、超量预订广告资源以及修改展示位置和定位标准

- **交易员：**交易员上传广告并跟踪订单和订单项的效果

- **管理员：**管理员拥有 Google 广告管理系统的完整访问权限。

另外，在 Google 广告管理系统中，管理员还可以邀请第三方联系人登录系统，查看与它相关联的订单的具体展示信息。

	销售人员	销售经理	广告投放人员	管理员
查看所有分配给我的订单		不适用	不适用	不适用
查看所有订单	否			
查看所有产品				
查看展示位置	否			
查看广告位置	否	否	否	
查看所有用户	否	否	否	
查看所有联系人和公司				
创建公司和联系人				
运行可用性查询				
运行报告				
自动批准订单	否		否	
修改已批准订单	否			
上传广告	否			
暂停或取消任何订单	否			
超量预订广告资源	否			
定义定位标准	否	否	否	
设置价格下限	否	否	否	否
创建与管理广告资源	否	否	否	
定义网络级设置	否	否	否	
创建用户和角色	否	否	否	

想要了解更多 Google 广告管理系统的信息吗？
欢迎您访问以下网址：

<https://www.google.com/admanager>



www.google.com www.google.cn

版权所有，非 Google 授权，不得私自翻印。

©2008 Google